



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#).



## **TALLER 1.6**

### **DEFINICIÓN DEL MERCADO, CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO DIFERENCIADORAS Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO, DEFINICIÓN PROPUESTA DE VALOR.**

#### **INTRODUCCIÓN**

El presente taller permitirá reconocer la definición del mercado, las características del producto o servicio y las estrategias de mercadeo con el fin de lograr la definición de la propuesta de valor.

Un taller que llevará a los aprendices a ver con mayor claridad la estrategia del negocio, los valores agregados y ventajas tanto comparativas como competitivas de implementar un negocio con visión de sostenibilidad. El modelo de negocio desarrollado en este taller permite una comprensión lógica de cada actividad en el negocio.

#### **1. OBJETIVO.**

Aplicar herramientas del modelo CANVAS con un enfoque que permita mejorar la viabilidad económica de la empresa seleccionada.

#### **2. TIEMPO DEL TALLER.**

El taller esta programado para ser desarrollado de forma didáctica y muy participativa para lo cual se estima sea completado en tres (3) horas.

#### **3. RESULTADO DE APRENDIZAJE.**

Formular un modelo de negocio verde e inclusivo de acuerdo a esquemas de planificación estratégica.

#### **4. GUÍA DE TALLER.**

1. Explicación de la metodología: Tiempo 30 minutos.

GC-F-005 V.01



- 1.1 El instructor definirá un caso real o hipotético para que todos los aprendices trabajen. Se harán grupos de 3 donde cada grupo llena el taller y posteriormente se debate con preguntas orientadoras dadas por el instructor.
2. Trabajo en grupos: Tiempo 1 hora
  - Se discute cada una de los temas propuestos.
3. Discusión en plenaria. Tiempo 1 hora
  - Cada grupo plantea su opinión y el instructor facilita el debate sobre cada aspecto
4. Análisis de información y elaboración de conclusiones. Tiempo 30 minutos.

#### Aspectos de análisis:

El profesor inicia con una introducción sobre el entorno. Para ello el instructor debe conocer la realidad socioeconómica de la región en donde es dictado el taller. Los aprendices deben reconocer las ventajas y debilidades del entorno en donde crecerá su negocio. Igualmente reconocerán la importancia de trabajar por ese entorno para que el modelo de negocio sea exitoso. Lo anterior esta en línea con ser un negocio inclusivo que busca mejorar la calidad de vida de la comunidad adyacente.

Se recomienda que el instructor realice un estudio de caso local. Para ello el instructor debe haber estudiado muy bien el caso y preparado al menos tres preguntas de discusión en clase que permitan con el debate comprender el caso en estudio.

No puede existir un negocio exitoso, sano y sostenible si el entorno esta enfermo.

1) ¿Quién allá afuera se verá beneficiado por tu negocio? ¿Cómo lo sé?

---



---

¿Cómo lo sé?

---



---



---



---



2) ¿Por qué te escogerían a ti? ¿Cuál sería tu propuesta de valor?

---

---

---

---

¿Cuál sería tu propuesta de valor?

---

---

---

---

3) ¿Qué camino tomarías para llegarle de forma eficiente a tu cliente?

---

---

---

---

4) ¿Si tú fueras a comprar tu producto, cómo te gustaría ser atendido?

Antes de la compra:

---

---

Durante la compra:

---

---

---

---

Después de la compra:

---

---

---

---



5) Estas dispuesto a negociar el precio y la forma de pago con tu cliente?

---

---

---

---

¿Qué es lo más estratégico y por qué?

---

---

---

---

## 5. FORMA DE ENTREGA.

Los aprendices deben entregar el taller al instructor respondiendo cada pregunta. Las repuestas deben contener una parte escrita y otra gráfica. En la gráfica puede ser un dibujo cuya metáfora será explicada por el estudiante en plenaria.

## 6. RECOMENDACIONES.

Se recomienda usar muy poco texto en la explicación de los temas. Los mensajes deben llegar directamente del instructor y no del apoyo tecnológico o físico que se tenga en cada clase.

Lo mas importante es asociar que las prioridades de los negocios son reales y que se pueden explicar con casos comunes del día a día de cada aprendiz.

## 7. BIBLIOGRAFÍA.

Blank, S. (08 de septiembre de 2012). What is a company. Recuperado el 12 de junio de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=Gt-rwCUWfqw#t=166>



De Miguel, J. (25 de marzo de 2012). Una aproximación a Lean Canvas. Recuperado el 12 de junio de 2016, de <http://www.youtube.com/watch?v=q3zSeFmgV5Q>

Luecke, R. (2005). Cómo crear una empresa exitosa : técnicas y consejos esenciales para empezar y hacer crecer un nuevo negocio. (A. García Bertán, Trad.) Barcelona: Ediciones Deusto.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores (6 ed.). Barcelona: Deusto.

Semana. (02 de noviembre de 2010). Emprendimiento en Colombia, tiempo de actuar. Recuperado el 12 de junio de 2016, de <http://www.semana.com/economia/articulo/emprendimiento-colombia-tiempo-actuar/124034-3>

Vesga, R. (s.f.). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? Recuperado el 12 de junio de 2016, de

<http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Zavala, J. (31 de julio de 2013). CPMX4 - Business model canvas. Recuperado el 12 de junio de 2016, de <http://www.youtube.com/watch?v=M8nXWJUeOUw>

## TALLER 1.5

DEFINICIÓN DEL MERCADO, CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO  
DIFERENCIADORAS Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO, DEFINICIÓN PROPUESTA DE VALOR.

NOMBRE DEL TALLER (LETRA CALIBRO N 5)

